



日 本 国 特 許 庁  
JAPAN PATENT OFFICE

別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office

出 願 年 月 日  
Date of Application:

2000年 6月 8日

RECEIVED

DEC 13 2001

出 願 番 号  
Application Number:

特願2000-172045

Technology Center 2100

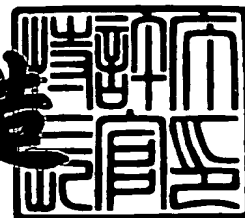
出 願 人  
Applicant(s):

株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント

2001年 5月11日

特 許 庁 長 官  
Commissioner,  
Japan Patent Office

及 川 耕 造



出証番号 出証特2001-3038409

【書類名】 特許願

【整理番号】 SCEI00030

【提出日】 平成12年 6月 8日

【あて先】 特許庁長官殿

【国際特許分類】 G09F 27/00  
G09F 17/30  
G09F 12/00  
G09F 17/60

【発明の名称】 注文受け付け装置および方法、記憶媒体、ポイントサー  
ビス方法

【請求項の数】 13

【発明者】  
【住所又は居所】 東京都港区赤坂7丁目1番1号 プレイステーション・  
ドットコム・ジャパン株式会社内

【氏名】 桑原 透

【特許出願人】  
【識別番号】 395015319  
【氏名又は名称】 株式会社 ソニー・コンピュータエンタテインメント

【代理人】  
【識別番号】 100084032  
【弁理士】  
【氏名又は名称】 三品 岩男  
【電話番号】 045(316)3711

【選任した代理人】  
【識別番号】 100087170  
【弁理士】  
【氏名又は名称】 富田 和子  
【電話番号】 045(316)3711

【手数料の表示】

【予納台帳番号】 011992

【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

【物件名】 明細書 1

【物件名】 図面 1

【物件名】 要約書 1

【包括委任状番号】 9912211

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 注文受け付け装置および方法、記憶媒体、ポイントサービス方法

【特許請求の範囲】

【請求項 1】

商品発注装置からの商品取引注文をネットワークを介して受け付ける注文受け付け装置であって、

取引対象商品の商品名と販売価格とが少なくとも含まれる商品情報を記憶する第 1 の記憶手段と、

異なる 2 以上の商品の組合せを特定する情報と、この組合せに適用する、経済的還元に関する個別パラメータとを関連付けて記憶する第 2 の記憶手段と、

上記の商品の組合せに以外に適用する、経済的還元に関する汎用パラメータを記憶する第 3 の記憶手段とを備え、

前記商品発注装置から商品に関する情報の表示要求を受け付けると、

第 1 の記憶手段を参照して、前記商品情報を前記商品発注装置に出力するとともに、

第 2 および第 3 の記憶手段を参照して、前記商品の組合せと、この組合せに適用される個別パラメータとに関する情報、および、前記汎用パラメータに関する情報を前記商品発注装置に出力する手段とを有することを特徴とする注文受け付け装置。

【請求項 2】

請求項 1 記載の注文受け付け装置であって、

ポイント生成手段をさらに有し、

このポイント生成手段は、

前記商品発注装置から、注文商品を特定する情報を含む発注要求を受け付けると、

特定された注文商品群の中に、第 2 の記憶手段に記憶されている組合せに係る商品が含まれているか判断し、

組合せに係る商品が含まれていると判断したときには、この組合せに適用する

個別パラメータに、もしくは、この組合せに適用する個別パラメータと組合せに係る商品の販売価格とに基づいて定められる第1のポイントを算出し、

組合せに係る商品以外の商品については、汎用パラメータに、もしくは、汎用パラメータとその商品の販売価格とに基づいて定められる第2のポイントを算出し、

第1のポイントと第2のポイントの合計ポイントを前記発注装置に出力すること  
と  
を特徴とする注文受け付け装置。

【請求項3】

請求項2記載の注文受け付け装置であって、  
前記商品発注装置のユーザの識別情報を受け付ける手段と、  
前記合計ポイントを、前記受け付けた識別情報と関連付けて記憶する第4の記憶手段を有することを特徴とする注文受け付け装置。

【請求項4】

請求項2記載の注文受け付け装置であって、  
前記汎用パラメータは、商品の販売価格に対する比率を定める値であり、  
前記第2のポイントは、この比率と商品の販売価格とを掛け合わせるにより定められることを特徴とする注文受け付け装置。

【請求項5】

請求項2記載の注文受け付け装置であって、  
前記特定パラメータは、組合せに係る商品の販売価格に対する比率を定める値であり、  
前記第1のポイントは、この比率と組合せに係る商品の販売価格とを掛け合わせるにより定められることを特徴とする注文受け付け装置。

【請求項6】

請求項2記載の注文受け付け装置であって、  
前記特定パラメータは、前記第1のポイント数を定めることを特徴とする注文受け付け装置。

【請求項7】

商品発注装置からの商品取引注文をネットワークを介して受け付ける注文受け付け装置であって、

取引対象商品の商品名と販売価格とが少なくとも含まれる商品情報を記憶する第 1 の記憶手段と、

異なる 2 以上の商品の組合せを特定する情報と、この組合せに適用する、経済的還元に関する個別パラメータと、この組合せに適用する期間とを関連付けて記憶する第 2 の記憶手段と、

上記の商品の組合せに以外に適用する、経済的還元に関する汎用パラメータを記憶する第 3 の記憶手段とを備え、

前記商品発注装置から商品に関する情報の表示要求を受け付けると、

第 1 の記憶手段を参照して、前記商品情報を前記商品発注装置に出力するとともに、

第 2 および第 3 の記憶手段を参照して、前記商品の組合せと、この組合せに適用される個別パラメータと、期間とに関する情報、および、前記汎用パラメータに関する情報を前記商品発注装置に出力する手段とを有することを特徴とする注文受け付け装置。

#### 【請求項 8】

請求項 7 記載の注文受け付け装置であって、

ポイント生成手段と、

受け付けた商品注文に係る、商品発注装置のユーザの識別情報と、商品を特定するための情報と、日付とを関連付けて記憶する第 4 の記憶手段とを有し、

前記ポイント生成手段は、

前記商品発注装置から、ユーザの識別情報と注文商品を特定する情報を含む発注要求とを受け付けると、

特定された注文商品群の中に、もしくは、特定された注文商品群と、第 4 の記憶手段に記憶されている情報によって特定される商品であって、その日付が第 2 の記憶手段に記憶されている期間に含まれる商品との中に、第 2 の記憶手段に記憶されている組合せに係る商品が含まれているか判断し、

組合せに係る商品が含まれていると判断したときには、この組合せに適用する

個別パラメータに、もしくは、この組合せに適用する個別パラメータと組合せに係る商品の販売価格とに基づいて定められる第1のポイントを算出し、

組合せに係る商品以外の商品については、汎用パラメータに、もしくは、汎用パラメータとその商品の販売価格とに基づいて定められる第2のポイントを算出し、

第1のポイントと第2のポイントの合計ポイントを前記発注装置に出力すること

を特徴とする注文受け付け装置。

【請求項9】

ネットワークを介して接続された商品発注装置から商品取引の注文を受け付ける注文受け付け方法であって、

取引対象商品の商品名と販売価格とが少なくとも含まれる商品情報を記憶する段階と、

異なる2以上の商品の組合せを特定する情報と、この組合せに適用する、経済的還元に関する個別パラメータとを関連付けて記憶する段階と、

上記の商品の組合せに以外に適用する、経済的還元に関する汎用パラメータを記憶する段階と、

前記商品発注装置から商品に関する情報の表示要求を受け付けると、

前記商品情報を前記商品発注装置に表示させるとともに、

前記商品の組合せと、この組合せに適用される個別パラメータとに関する情報、および、前記汎用パラメータに関する情報を前記商品発注装置に表示させる段階とを有することを特徴とする注文受け付け方法。

【請求項10】

ネットワークを介して接続された商品発注装置から商品取引の注文を受け付ける注文受け付け方法であって、

取引対象商品の商品名と販売価格とが少なくとも含まれる商品情報を記憶する段階と、

異なる2以上の商品の組合せを特定する情報と、この組合せに適用する個別パラメータと、この組合せに適用する期間とを関連付けて記憶する段階と、

上記の商品の組合せに以外に適用する汎用パラメータを記憶する段階と、  
前記商品発注装置から商品に関する情報の表示要求を受け付けると、  
前記商品情報を前記商品発注装置に表示させるとともに、  
前記商品の組合せと、この組合せに適用される個別パラメータと、期間とに関する情報、および、前記汎用パラメータに関する情報を前記商品発注装置に表示させる段階とを有することを特徴とする注文受け付け方法。

【請求項 1 1】

ネットワークを介して接続された商品発注装置から商品取引の注文を受け付ける注文受け付け処理をコンピュータに実行させるためのプログラムを記録した記録媒体であって、

前記プログラムは

取引対象商品の商品名と販売価格とが少なくとも含まれる商品情報を記憶する処理と、

異なる 2 以上の商品の組合せを特定する情報と、この組合せに適用する、経済的還元に関する個別パラメータとを関連付けて記憶する処理と、

上記の商品の組合せに以外に適用する、経済的還元に関する汎用パラメータを記憶する処理と、

前記商品発注装置から商品に関する情報の表示要求を受け付けると、

前記商品情報を前記商品発注装置に出力するとともに、

前記商品の組合せと、この組合せに適用される個別パラメータとに関する情報、および、前記汎用パラメータに関する情報を前記商品発注装置に出力する処理とをコンピュータに実行させることを特徴とする記憶媒体。

【請求項 1 2】

ネットワークを介して接続された商品発注装置から商品取引の注文を受け付ける注文受け付け処理をコンピュータに実行させるためのプログラムを記録した記録媒体であって、

前記プログラムは

取引対象商品の商品名と販売価格とが少なくとも含まれる商品情報を記憶する処理と、



異なる 2 以上の商品の組合せを特定する情報と、この組合せに適用する個別パラメータと、この組合せに適用する期間とを関連付けて記憶する処理と、  
上記の商品の組合せに以外に適用する汎用パラメータを記憶する処理と、  
前記商品発注装置から商品に関する情報の表示要求を受け付けると、  
前記商品情報を前記商品発注装置に出力するとともに、  
前記商品の組合せと、この組合せに適用される個別パラメータと、期間とに関する情報、および、前記汎用パラメータに関する情報を前記商品発注装置に出力する処理とをコンピュータに実行させることを特徴とする記憶媒体。

【請求項 1 3】

オンラインショッピングモールにおいて商品を購入した顧客に対して、その購入金額に応じたポイントを付与するポイントサービス方法であって、

注文受付の際に、商品の組合せと、ポイント算定に必要な情報とを関連付けて記録したファイルを参照することにより、購入に係る商品の組合せに応じて、付与するポイントの算定方法を変化させることを特徴とするポイントサービス方法。

【発明の詳細な説明】

【0 0 0 1】

【発明の属する技術分野】

本発明は、商取引の金額等に対応して顧客に付与するポイントに関するものである。特に、コンピュータネットワークを利用し、オンラインでおこなう商取引におけるポイントサービスに関する。

【0 0 0 2】

【従来の技術】

顧客の購入意欲の喚起、顧客の囲い込み等の目的から、商品の購入金額に応じたポイントを顧客に付与するポイントサービスが、現実の販売店において広く行われている。顧客が収集したポイントは、例えば、付与した販売店限りにおいて、金銭的価値を持つこととされ、商品の購入代金の一部に充当する目的で使用される。

【0 0 0 3】

このため、顧客はポイントを取得するため、ポイントサービスを行っている販売店で購入する意識が働くとともに、取得したポイントを利用するべく、次回以降も、同じ販売店で購入しようという意識が生じるため、ポイントサービスは極めて効果的な販売戦略方法の一つとなっている。

## 【0004】

このポイントサービスは、現実の販売店のみならず、インターネットの普及により重要な販売形態の一つとなっている仮想店舗、いわゆるオンラインショッピングモールにおいても採用されるケースが増えてきている。

## 【0005】

いずれの場合においても、通常、顧客に付与するポイントは、購入金額に比例するものとされている。例えば、購入金額の3%にあたるポイントを付与する場合である。この比率は全商品に一律に適用されるので、販売価格の高い商品を購入すると、高いポイントを得ることができるため、高額商品に対する購入意欲を喚起することができる。

## 【0006】

一方、販売店の側からすると、販売戦略上、特に販売数を確保したい商品がある。例えば、在庫が多数ある商品、人気のない商品、ライフサイクルの短い商品等である。また、顧客に対するサービスキャンペーンとして特定の商品の販売数を増やしたい場合もある。

## 【0007】

## 【発明が解決しようとする課題】

しかし、これらの商品の販売を促進するために単に販売価格を下げると、販売店の利益を確保することが難しくなる。また、販売価格を下げたとしても、この商品自体の購入動機を喚起しなければ、販売数を増やすことはできない。このため、販売店の利益を確保しつつも、特定の商品の販売数を増やすための技術の開発が望まれている。

## 【0008】

本発明は、このような状況を鑑みて成されたものであり、その目的は、ポイントサービスを活用して、顧客に対して特定商品の購買意欲を喚起することにある

## 【 0 0 0 9 】

## 【課題を解決するための手段】

上記課題を解決するため、本発明は、ネットワークを介して接続された商品発注装置から商品取引の注文を受け付け可能な注文受け付け装置であって、取引対象商品の商品名と販売価格とが少なくとも含まれる商品情報を記憶する第1の記憶手段と、異なる2以上の商品の組合せを特定する情報と、この組合せに適用する個別パラメータとを関連付けて記憶する第2の記憶手段と、上記の商品の組合せに以外に適用する汎用パラメータを記憶する第3の記憶手段とを備え、前記商品発注装置から商品に関する情報の表示要求を受け付けると、第1の記憶手段を参照して、前記商品情報を前記商品発注装置に出力するとともに、第2および第3の記憶手段を参照して、前記商品の組合せと、この組合せに適用される個別パラメータとに関する情報、および、前記汎用パラメータに関する情報を前記商品発注装置に出力する手段とを有することを特徴とする注文受け付け装置を提供する。

## 【 0 0 1 0 】

また、本発明は上記の注文受け付け装置であって、前記商品発注装置から、注文商品を特定する情報を含む発注要求を受け付けると、特定された注文商品群の中に、第2の記憶手段に記憶されている組合せに係る商品が含まれているか判断し、組合せに係る商品が含まれていると判断したときには、この組合せに適用する個別パラメータに、もしくは、この組合せに適用する個別パラメータと組合せに係る商品の販売価格とに基づいて定められる第1のポイントを算出し、組合せに係る商品以外の商品については、汎用パラメータに、もしくは、汎用パラメータとその商品の販売価格とに基づいて定められる第2のポイントを算出し、第1のポイントと第2のポイントの合計ポイントを前記発注装置に出力するポイント生成手段を有することを特徴とする注文受け付け装置とすることができる。

## 【 0 0 1 1 】

ここで、前記汎用パラメータは、商品の販売価格に対する比率を定める値であり、前記第2のポイントは、この比率と商品の販売価格とを掛け合わせることに

より定めることとすることができる。

【 0 0 1 2 】

また、前記特定パラメータは、組合せに係る商品の販売価格に対する比率を定める値であり、前記第 1 のポイントは、この比率と組合せに係る商品の販売価格とを掛け合わせるにより定めることとすることができる。

【 0 0 1 3 】

【発明の実施の形態】

以下に、本発明の第 1 の実施形態について図面を用いて詳細に説明する。

【 0 0 1 4 】

図 1 は、本実施形態のネットワーク販売システムの概略を説明するための図である。図示するように、本実施形態は、顧客装置 1 と販売店装置 2 とが、インターネット 3 を介して、互いに接続されて構成されているネットワーク販売システムに本発明を適用した例である。もちろん本発明はこのような構成に限られるものではない。例えば、販売店装置 2 は、複数の装置で構成されるようにしてもよい。

【 0 0 1 5 】

販売店装置 2 のユーザである販売店は、インターネット上で、オンラインショッピングモールを開設している。このオンラインショッピングモールでの取り引き対象は、販売店の製造する商品であってもよいし、販売店以外の者が提供する商品であってもよい。また、商品には役務も含まれる。

【 0 0 1 6 】

顧客装置 1 のユーザである顧客は、オンラインショッピングモールにアクセスし、希望の商品の注文を行うことができる。このときの処理を円滑化するため、販売店装置 2 は、オンラインショッピングの利用に先立ち、配送先情報、決済情報等の登録を顧客に義務付けることができる。販売店装置 2 で注文を受け付けた販売店は、注文に係る商品を、顧客に配送するための手続を行う。

【 0 0 1 7 】

このオンラインショッピングモールでは、顧客の購買のインセンティブを喚起するため、顧客の注文を受け付けると、購入金額に応じたポイントを顧客に付与

する。このポイントは、オンラインショッピングモール内で、例えば、1ポイント当たり1円に換算して、次回の購入時に利用ポイント数に応じた割引サービスを受けるのに使用したり、所定のポイント数とプレミアム商品とを交換するのに使用することができるものとすることができる。

## 【0018】

顧客に付与するポイントは、原則として購入金額に一定の比率を掛け合わせた値であるが、特定の商品を組合せて購入する場合には、特別の比率を適用して付与ポイントを計算することができる。このようにすることにより、たとえば販売数を増やしたい商品と、人気の高い商品との組合せに対して、高い比率を設定することができる、顧客の購買意欲を高めることができる。また、キャンペーン商品として、いくつかの商品を組合せ、その組合せに対して、高い比率を設定し、顧客への付加サービスを行うこともできる。

## 【0019】

図2は、図1に示す顧客装置1の概略構成図である。

## 【0020】

顧客装置1は、商品発注装置として機能し、図示するようにCPU11と、主記憶装置12と、ハードディスク装置等の外部記憶装置13と、CD-ROM、DVD-ROM等の可搬性を有する記憶媒体15からデータを読み取る読取装置14と、キーボード、マウス等の入力装置16と、ディスプレイ等の表示装置17と、インターネット3を介して販売店装置2と通信を行うための通信装置18と、上述した各構成要素間のデータ送受信をつかさどるインタフェース19とを備えた、一般的な構成を有する情報処理装置上に構築することができる。

## 【0021】

外部記憶装置13には、情報処理装置の動作を統括的に制御するために、情報処理装置が起動されると主記憶装置12上にロードされ、CPU11により実行されるプログラムである、OS (Operation System) 131と、WWWブラウザプログラム132と、通信プログラム133とが格納されている。また、必要に応じて他のプログラムも格納される。

## 【0022】

CPU11は、WWWブラウザプログラム132と通信プログラム133とを主記憶装置12上にロードし、実行する。これにより、WWWブラウザ111と、通信処理部112とを情報処理装置上に構築する。

【0023】

WWWブラウザ111は、販売店装置2が公開するHTML形式のデータ（Webページ等）を、HTTP（Hyper Text Transfer Protocol）を利用して閲覧可能とする。

【0024】

通信処理部112は、通信装置18を制御し、WWWブラウザ111が、販売店装置2と通信を行うために必要な各種プロトコル、例えばPPP、TCP/IP等、を処理する。

【0025】

図3は、図1に示す販売店装置2の概略構成図である。

【0026】

販売店装置2は、注文受け付け装置として機能し、図示するようにCPU21と、主記憶装置22と、ハードディスク等の外部記憶装置23と、CD-ROM、DVD-ROM等の可搬性を有する記憶媒体25からデータを読み取る読取装置24と、キーボード、マウス等の入力装置26と、ディスプレイ等の表示装置27と、インターネット3を介して顧客装置1と通信を行うための通信装置28と、上述した各構成要素間のデータ送信をつかさどるインタフェース29とを備えた、一般的な構成を有する情報処理装置上に構成することができる。

【0027】

外部記憶装置23には、情報処理装置の動作を統括的に制御するために、情報処理装置が起動されると主記憶装置22上にロードされ、CPU21により実行されるプログラムであるOS（Operation System）231と、WWWサーバプログラム232と、通信プログラム233と、付与ポイント管理プログラム234と、データの抽出・格納等が可能な商品データベース235と、顧客データベース236と、ポイント設定ファイル237と、Web生成用データファイル238とが格納されている。

【 0 0 2 8 】

CPU 2 1 は、WWWサーバプログラム 2 3 2 と、通信プログラム 2 3 3 と、付与ポイント管理プログラム 2 3 4 とを主記憶装置 2 1 2 上にロードし、実行する。これにより、WWWサーバ 2 1 1 と、通信処理部 2 1 2 と、付与ポイント管理部 2 1 3 とを情報処理装置上に構築する。

【 0 0 2 9 】

WWWサーバ 2 1 1 は、HTML形式のデータを、顧客装置 1 のWWWブラウザ 1 1 1 がHTTPを利用して閲覧できるように公開する。

【 0 0 3 0 】

通信処理部 2 1 2 は、通信装置 2 8 を制御し、WWWサーバ 2 1 1 が顧客装置 1 と通信を行うために必要な各種プロトコルを処理する。

【 0 0 3 1 】

Web ページ生成部 2 1 3 は、商品データベース 2 3 5、Web ページ生成用データファイル 2 3 9 等を参照して、販売商品を掲載したWeb ページ等を生成する。

【 0 0 3 2 】

付与ポイント管理部 2 1 3 は、商品の購入に際して顧客に付与するポイントについての設定を受け付け、ポイント設定ファイル 2 3 7 に記録する。

【 0 0 3 3 】

商品データベース 2 3 5 は、図 4 に示すように、商品を識別するためのコードである商品ID 2 3 5 1 と、商品名 2 3 5 2 と、販売価格 2 3 5 3 と、その商品の属性、例えば、「家電」「ゲーム機」「ソフトウェア」等に分類される属性 2 3 5 4 と、その商品の画像を生成するためのイメージデータ 2 3 5 5 とを関連付けて格納する。

【 0 0 3 4 】

顧客データベース 2 3 6 は、図 5 に示すように、顧客を識別するためのコードである顧客ID 2 3 6 1 と、顧客名 2 3 6 2 と、電子メールアドレス 2 3 6 3 と、商品配送先 2 3 6 4 と、クレジットカード情報等の決済に必要な情報 2 3 6 5 と、顧客が取得したポイント数 2 3 6 6 と、購入商品と購入日付を記録する購入

履歴 2 3 6 7 とを関連付けて格納する。

【 0 0 3 5 】

ポイント設定ファイル 2 3 7 は、ポイント付与に関して設定された情報を格納するためのファイルで、図 6 に示すように、商品 I D 2 3 7 1 とポイント比率 2 3 7 2 とを関連付けて格納する。商品 I D 2 3 7 1 には、商品 I D の組合せが格納される。

【 0 0 3 6 】

本例においては、ポイント設定ファイル 2 3 7 の第 1 行目 2 3 7 a には、基本ポイント比率が格納され、2 行目以降 2 3 7 b、2 3 7 c . . . に特定商品の組合せに適用される特定ポイント比率が格納される。ここで複数の商品 I D を「&」で結び、特定商品の組合せを表している。基本ポイント比率と特定ポイント比率については後述する。

【 0 0 3 7 】

Web ページ生成用データファイル 2 3 8 は、Web ページを生成するためのページファイル、テンプレートファイル等を格納する。WWWサーバ 2 1 1 は、本ファイルを参照して、Web ページを生成する。

【 0 0 3 8 】

次に、上記構成のネットワーク販売システムの動作について説明する。

【 0 0 3 9 】

ネットワーク販売システムは、販売店装置 2 が付与ポイントの設定を受け付ける処理と、販売店装置 2 が顧客装置 1 のアクセスを受け付け、ショッピングモールを提供する処理とを行う。

【 0 0 4 0 】

まず、販売店装置 2 が付与ポイントの設定を受け付ける処理について、図 7 のポイント設定受け付け処理ブロック図を参照して説明する。

【 0 0 4 1 】

図 4 に示したように販売店装置 2 の商品データベース 2 3 5 には、販売店装置 2 で取り扱う商品に関する情報、例えば、販売価格、画像データ等があらかじめ格納されている。もちろん、販売者は商品データベース 2 3 5 に格納する商品デ



ータに関する追加・削除・修正等を自由に行うことができる（S 1 0 1）。この処理については通常のデータベース操作により行うことができる。

#### 【 0 0 4 2 】

本実施例において、顧客に付与するポイントは、注文に係る商品の購入代金に比例するものとする。例えば、購入代金の 1 0 % に対応するポイントとして顧客に付与することとした場合に、顧客が販売価格 1 0 0 0 円の商品を購入すると、1 0 0 0 円の 1 0 % に対応する 1 0 0 ポイントが顧客に付与されることとなる。もちろんこの比率は販売店が自由に設定することができる。そして、設定された比率が原則としてすべての商品に一律に適用される。以下、この比率を、基本ポイント比率と称する。

#### 【 0 0 4 3 】

販売店は、さらに、特定の商品の組合せに対して適用するポイント比率を設定することができる。例えば、商品 A と商品 B を組合せて注文を受け付けた場合には、商品 A と商品 B との購入金額の合計の 1 5 % に対応するポイントを顧客に付与するようにすることができる。このときの比率を特定ポイント比率と称する。

#### 【 0 0 4 4 】

特定の商品の組合せは、2 つの商品の組合せに限られず、2 以上の商品の組合せ、例えば商品 A と商品 B と商品 C とすることができる。

#### 【 0 0 4 5 】

また、特定の商品の組合せは複数設定し、それぞれに異なる特定ポイント比率を適用することができる。

#### 【 0 0 4 6 】

販売店は、付与ポイント管理部 2 1 3 を用いて基本ポイント比率の設定（S 1 0 2）と特定ポイント比率の設定（S 1 0 3）を行うことができる。付与ポイント管理部 2 1 3 は、販売店の実行要求を受け付けると、表示装置 2 7 に図 8 に示すような付与ポイント設定画面を表示させる。

#### 【 0 0 4 7 】

図示するように、付与ポイント設定画面は、基本ポイント比率を入力するための基本ポイント比率入力エリア 4 0 1 と、特定ポイント比率を入力するための特

定ポイント比率入力エリア402と、OKボタン403とを備えている。

【0048】

特定ポイント比率入力エリア402は、商品の組合せの指定を行う商品エリア4021と、ポイント比率を入力するポイントエリア4022とを備えている。

【0049】

WWWサーバ211は、本画面の表示に先立ち、ポイント設定ファイル237を参照し、既に設定されている基本ポイント比率等の値を取得して、本画面で既定値が確認できるよう基本ポイント比率入力エリア401と、特定ポイント比率入力エリア402とに表示する。

【0050】

販売店は、入力措置26を用いて、基本ポイント比率入力エリア401に値を入力、もしくは、値を修正することができる。

【0051】

また、特定ポイント比率入力エリア402に、商品の組合せと、特定ポイント比率を入力、もしくは、修正することができる。また、既に入力されている組合せと特定ポイントを消去することができる。

【0052】

商品の組合せの指定方法は、例えば、組合せる商品のIDを「&」でつなげるにより指定することができる。もちろんこれに限られるものではない。商品名をカンマで区切って入力するようにしてもよい。

【0053】

特定ポイントエリア比率402は、1行に付き一組の商品に関する特定ポイント比率を入力する。商品の組合せの数が増えて、特定ポイント比率エリア402内に納まらない場合は、スクロール画面が採用される。

【0054】

OKボタン403のクリックを受け付けると、付与ポイント管理部213は、基本ポイント比率入力エリア401と特定ポイント比率入力エリア402に入力されたデータを、ポイント設定ファイル237に記録する。

【0055】

なお、商品の組合せを指定する画面は本例に限らず、種々の形態を取ることができる。例えば、商品データベース 2 3 5 を参照して、図 9 に示すように商品の一覧表を表示させて、組合せの指示を受け付けるようにすることができる。

## 【 0 0 5 6 】

本図において、商品一覧表画面は、商品リストエリア 4 1 1 と、商品チェックエリア 4 1 2 と、特定ポイント比率入力エリア 4 1 3 と、次設定ボタン 4 1 4 と、設定終了ボタン 4 1 5 とを備えている。

## 【 0 0 5 7 】

本例では、まず特定の組合せに係る商品を設定する。販売店は、特定の組合せを構成する商品について商品チェックエリア 4 1 2 をクリックすることができる。そしてその特定の組合せについてのポイント比率を特定ポイント比率入力エリア 4 1 3 に入力することができる。そして次設定ボタン 4 1 4 あるいは設定終了ボタン 4 1 5 をクリックすることにより、登録することができる。

## 【 0 0 5 8 】

すなわち、WWWサーバ 2 1 1 は、本画面で次設定ボタン 4 1 4 あるいは設定終了ボタン 4 1 5 のクリックを受け付けると、商品チェックエリア 4 1 2 がクリックされている商品を一組として、特定ポイント比率入力エリア 4 1 3 に入力されたポイント比率と関連付けてポイント設定ファイル 2 3 7 に記録する。

## 【 0 0 5 9 】

そして、受け付けたボタンが次設定ボタン 4 1 4 であれば、商品チェックエリア 4 1 2 と、特定ポイント比率入力エリア 4 1 3 をクリアしたのち、本画面を再表示し、別の商品の組合せについての情報を受け付ける。一方、受け付けたボタンが設定終了ボタン 4 1 5 であれば、本画面を終了させる。

## 【 0 0 6 0 】

以上、販売店装置 2 が、付与ポイントの設定を受け付ける処理について説明した。

## 【 0 0 6 1 】

次に、販売店装置 2 が顧客装置 1 のアクセスを受け付け、ショッピングモールを提供する処理について説明する。

【0062】

図10は、このときの販売店装置2の動作を説明するためのフロー図である。

【0063】

WWWサーバ211は、通信処理部212を介して、顧客装置1のアクセスを受け付けると、顧客装置1のWWWブラウザ111にWebページの閲覧を行わせる。

【0064】

まず、WWWサーバ211は、WWWブラウザ111に、図11に示すような認証画面を提示して、認証処理を行う(S201)。図示するように、この認証画面は、顧客ID入力エリア501、パスワード入力エリア502、OKボタン503、新規登録ボタン504とを備えている。なお、Webページの画面を生成するためのデータはWeb生成用データファイル238に格納されており、WWWサーバ211は、あらかじめ定められた画面遷移規則にしたがって、Web生成用データファイル238を参照して、Web画面を生成する。

【0065】

すでに本オンラインショッピングモールに登録している顧客、すなわち、顧客データベース237に、顧客名、電子メールアドレス、商品配送先等の情報を登録している顧客は、顧客ID入力エリア501とパスワード入力エリア502とにそれぞれ、自身の顧客IDとパスワードを、入力装置16を用いて入力し、OKボタン503をクリックすることにより認証処理を受けることができる。

【0066】

すなわち、WWWサーバ211は、これらの情報を受け付けると、顧客データベース236を参照して認証処理を行う。

【0067】

一方、本オンラインショッピングモールに未登録である顧客は、新規登録ボタンをクリックし、図示しない新規登録画面を表示させて、新規登録処理を行うことができる。新規登録画面では、顧客データベース236に記録すべき情報を入力し、顧客登録をすることができる。WWWサーバ211は、これらの情報を受け付けると、顧客データベース236に記録する。

## 【 0 0 6 8 】

認証処理を終えた顧客装置 1 に対して、WWWサーバ 2 1 1 は、商品が掲載された Web ページを提示する。商品を掲載した Web ページは、例えば階層構造とすることができる。図 1 2 は、このときの Web ページの遷移を説明する図である。WWWサーバ 2 1 1 は、認証処理を終えた顧客装置 1 の表示装置 1 7 に、商品カタログ選択画面 5 1 0 を提示する。商品カタログ選択画面 5 1 0 は、商品の属性、例えば「家電」「ゲーム機」「ソフトウェア」等を表示するボタン群 5 1 1 を備えている。

## 【 0 0 6 9 】

いずれかのボタン 5 1 1 のクリックを受け付けると、WWWサーバ 2 1 1 は、その属性の商品の一覧表示画面 5 2 0 を提示する。

## 【 0 0 7 0 】

図 1 3 は、商品の一覧表示画面の一例を示す図である。この画面は、あらかじめ作成しておき、Web 生成用データファイル 2 3 8 に記録しておいてもよいし、商品データベース 2 3 5 に記録した商品データを参照して、表示ごとに動的に作成するようにしてもよい。この場合はレイアウト等が定められている Web ページのテンプレートを用いると便利である。

## 【 0 0 7 1 】

本図において、商品の一覧表示画面は、商品名を表示するエリア 5 2 1 と、販売価格 5 2 2 を表示するエリアと、商品画像を表示するエリア 5 2 3 と、購入ボタン 5 2 4 と、購入手続ボタン 5 2 5 と、戻るボタン 5 2 8 と、基本ポイント比率表示エリア 5 2 6 と、特定ポイント比率表示エリア 5 2 7 とを備えている。

## 【 0 0 7 2 】

購入ボタン 5 2 4 は、対応する商品を購入対象商品に指定するときに使用するボタンである。WWWサーバ 2 1 1 はこのボタン 5 2 4 のクリックを受け付けると、外部記憶装置 2 3 の一時ファイルに、購入対象商品のリストを記録する。

## 【 0 0 7 3 】

購入手続ボタン 5 2 5 は、購入対象商品についての購入手続に移行するためのボタンである。

【0074】

戻るボタン528は、商品カタログ選択画面510を再表示させるためのボタンである。

【0075】

特定ポイント比率表示エリア527には、特定商品の組合せ5271と、その組合せに係るポイント比率5272とが表示される。

【0076】

WWWサーバ211は、ポイント設定ファイル237を参照して、これらの情報の表示を行う。また、本例の場合、ポイント設定ファイル237には、特定商品の組合せは商品IDを用いて記録されている。このため、WWWサーバ211は、商品データベース235を参照し、ポイント設定ファイル237に記録されている商品IDに対応する商品名を抽出し、その商品名を特定ポイント比率を表示するエリアに表示する。

【0077】

ここで、特定ポイント比率を基本ポイント比率より高く設定しておけば、顧客に対して特定の組合せに係る商品の購買意欲を喚起することができる。このため、例えば、販売台数を増やしたい商品と人気の高い商品との組合せに対して高い特定ポイント比率を設定することが効果的である。

【0078】

また、関連性の強い商品同士を組み合わせ、高い特定ポイント比率を設定しておくことにより、顧客に対するキャンペーン的なサービスを行うこともできる。

【0079】

購入対象商品の指定を受け付け、購入手続ボタン525のクリックを受け付けると、WWWサーバ211は、付与ポイントの算出処理を行う。

【0080】

WWWサーバ211は、購入対象商品を記録した一時ファイルと、ポイント設定ファイル237とを参照して、購入対象となっている商品群に、ポイント設定ファイル237に記録された特定の商品の組合せが含まれているかどうかを検索

する。

【0081】

そして、特定の商品の組合せが抽出された場合には、その商品の組合せに関しては、販売価格の合計値に対して、特定ポイント比率を乗じた値を、特定ポイントとして算出する。もちろん、複数の組合せが含まれているときには、それぞれの組合せにおいて同様の処理を行い、その合計を特定ポイントとする。

【0082】

そして、それ以外の商品に関しては、販売価格の合計値に対して、基本ポイント比率を乗じた値を、基本ポイントとして算出する。

【0083】

そして、特定ポイントと基本ポイントを加えたポイント数を、付与ポイント数とする。

【0084】

付与ポイントの算出処理を終えると、WWWサーバ211は、顧客装置1の表示装置17に、図14に示すような購入手続画面を提示する。

【0085】

本図に示すように、購入手続画面は、購入商品リスト531と、購入金額表示エリア532と、付与ポイント表示エリア533と、配送先表示エリア534と、支払方法表示エリア535と、購入決定ボタン536と、商品の一覧表示画面を再表示させるための戻るボタン537とを備えている。

【0086】

WWWサーバ211は、顧客データベース236を参照して、あらかじめ顧客ごとに登録されている配送先と支払方法に関する情報を抽出し、それぞれ、配送先表示エリア534と、支払方法表示エリア535とに表示する。なお、本画面で、購入商品の変更、配送先の変更、支払方法の変更等を受け付けるようにしてもよい。

【0087】

WWWサーバ211は、購入決定ボタン536のクリックを受け付けると、付与ポイント表示エリア533に表示したポイント数を、顧客データベース236

のポイント数 2 3 7 6 に追加する。また、顧客データベース 2 3 6 の購入履歴 2 3 7 7 に、購入日と購入商品に関する情報を付加する。

## 【 0 0 8 8 】

なお、ポイントを付与するタイミングについては任意であるが、購入決定時ではなく、発送手続き時に顧客データベースに追加するようにしてもよい。なぜならば、オンラインショッピングは、注文と商品の受け渡しが同時でないという特徴を有しているため、注文受付時にポイントを付与するとすると、注文受付後から商品配送時までの間に注文キャンセル等が発生した場合のポイント調整が煩雑になってしまうからである。この場合は、顧客 ID と付与ポイント数とを関連づけた情報を、顧客データベース 2 3 6 のポイント数 2 3 6 6 とは別に、一時的に記録しておいて、発送手続き時にこの情報を基に、顧客データベース 2 3 6 にポイントを追加するようにすればよい。

## 【 0 0 8 9 】

以上の処理により、販売店装置 2 におけるショッピングモールを提供する処理が終了する。販売店は一連の処理で受け付けた情報を元に、顧客に対して購入に係る商品の発送手続を行う。また、あらかじめ定められた決済方法により、購入代金の決済処理を行う。

## 【 0 0 9 0 】

次に、本発明の第 2 の実施形態について説明する。第 1 の実施形態では、特定の商品の組合せによる特定ポイント比率は、これらの商品を同時に購入する場合において適用されるものであった。

## 【 0 0 9 1 】

本発明の第 2 の実施形態では、販売店があらかじめ定めた一定期間内に、特定の組合せに係る商品を購入した場合にも、特定ポイント比率が適用される。

## 【 0 0 9 2 】

本発明の第 2 の実施形態の基本的な構成は、第 1 の実施形態と同様であるので、ここでは相違点を中心に説明する。また、相違点のない個所については同一の符号で説明する。

## 【 0 0 9 3 】



まず、販売店装置 2 が付与ポイントの設定を受け付ける処理における相違点について説明する。

【0094】

第 2 の実施形態においては、図 6 に示したポイント設定ファイル 2 3 7 に替え、図 1 5 に示すポイント設定ファイル 3 3 7 を使用する。

【0095】

本図においてポイント設定ファイル 3 3 7 は、商品 I D 3 3 7 1 とポイント比率 3 3 7 2 とに加え、開始日付 3 3 7 3 と終了日付 3 3 7 4 とを関連付けて格納する。

【0096】

ここで、開始日付と終了日付は、特定ポイント比率が適用される期間の始期と終期を定めるものである。この期間内に特定の組合せに係る商品を購入（必ずしも同時でなくてもよい）した場合に、特定ポイント比率が適用されることとなる。

【0097】

このため、販売店装置 2 が付与ポイントの設定を受け付ける処理においては、図 1 6 に示すような付与ポイント設定画面で、特定の商品の組合せ 6 0 2 1 と特定ポイント比率 6 0 2 2 に加えて、開始日付 6 0 2 3 と、終了日付 6 0 2 4 とを設定する。

【0098】

以上、販売店装置 2 が付与ポイントの設定を受け付ける処理における相違点について説明した。

【0099】

次に、販売店装置 2 が顧客装置 1 のアクセスを受け付け、ショッピングモールを提供する処理における相違点について説明する。

【0100】

図 1 7 は、第 2 の実施例における商品の一覧表示画面の一例を示す図である。なお、本画面を表示させるまでの処理は、第 1 の実施形態と同様である。

【0101】

本図において、特定ポイント比率を表示するエリア627に、適用期間を表示するエリア6273が含まれている。適用期間を表示するエリアに表示される期間は、WWWサーバ211が、ポイント設定ファイル337の開始日付3373と終了日付3374とを参照して表示する。

## 【0102】

購入対象商品の指定の受け付け処理は、第1の実施例と同様である。

## 【0103】

購入対象商品の指定を受け付け、購入手続ボタン525のクリックを受け付けると、WWWサーバ211は、付与ポイント算出処理を行う。

## 【0104】

WWWサーバ211は、購入対象商品を記録した一時ファイルと、顧客データベース236の購入履歴2367と、ポイント設定ファイル237とを参照として、購入対象となっている商品群に、あるいは、購入対象となっている商品群と購入履歴2367に記録されている購入商品群に、ポイントファイル237に記録された特定の商品の組合せが含まれているかどうかを検索する。ただし、購入履歴2367に記録されている購入商品のうち、検索対象とするのは、購入日付23672が、ポイント設定ファイル237に記録された開始日付2273と終了日付3374で定められる期間に含まれる購入商品だけである。

## 【0105】

そして、特定の商品の組合せが抽出された場合には、その商品の組合せに関しては、販売価格の合計値に対して、特定ポイント比率を乗じた値を、特定ポイントとして算出する。ただし、この場合、特定の組合せに係る商品が購入履歴2367に記録されている商品であった場合は、その商品の販売価格に基本ポイントを掛け合わせたポイントを引いた値を特定ポイントとする。これは、購入履歴2367に記録されている商品について付与ポイントの重複を避けるためである。

## 【0106】

そして、それ以外の商品に関しては、販売価格の合計値に対して、基本ポイント比率を乗じた値を、基本ポイントとして算出する。そして、特定ポイントと基本ポイントを加えたポイント数を、付与ポイント数とする。

【0107】

以後の処理については第1の実施例と同様である。

【0108】

以上、販売店装置2が顧客装置1のアクセスを受け付け、ショッピングモールを提供する処理における相違点について説明した。

【0109】

なお、本発明は、上記の実施形態に限定されるものではなく、その要旨の範囲内で様々な変形が可能である。

【0110】

例えば、特定の商品の組合せの購入に対して付与するポイント数は、購入価格に対する比率でなく、ポイントの絶対数であってもよい。あるいは、基本ポイント比率によって算出されるポイント数に対する加算値（ボーナスポイント）とすることもできる。

【0111】

また、上記の例では、販売店が付与ポイントの設定を行う装置とオンラインショッピングモールを開設する装置は同一の装置を用いているが、これらの装置を分けることもできる。この場合は、例えば、販売店がオンラインショッピングモールを開設する装置にインターネットを介してアクセスして、Webページを利用して付与ポイントの設定を行うようにしてもよい。

【0112】

【発明の効果】

上述のように本発明によれば、顧客に対して特定商品の購買意欲を喚起させることができる。

【図面の簡単な説明】

【図1】

本発明が適用されたネットワーク販売システムの概略を説明するためのブロック図である。

【図2】

顧客装置の概略を説明するためのブロック図である。

【図 3】

販売店装置の概略構成を説明するためのブロック図である。

【図 4】

商品データベースのデータ構成を説明する図である。

【図 5】

顧客データベースのデータ構成を説明する図である。

【図 6】

ポイント設定ファイルの内容を説明する図である。

【図 7】

販売店装置におけるポイント設定受け付け処理のブロック図である。

【図 8】

付与ポイント設定画面の一例を示す図である。

【図 9】

特定ポイント比率の設定画面の別例を示す図である。

【図 10】

販売店装置が顧客装置のアクセスを受け付け、ショッピングモールを提供する処理について説明するフロー図である。

【図 11】

認証画面の一例を示す図である。

【図 12】

WWWサーバの提示する Web ページの遷移を説明する図である。

【図 13】

商品の一覧表示画面の一例を示す図である。

【図 14】

購入手続画面の一例を示す図である。

【図 15】

第 2 の実施形態におけるポイント設定ファイルの内容を説明する図である。

【図 16】

第 2 の実施形態における付与ポイント設定画面の一例を示す図である。

【図 1 7】

第 2 の実施形態における商品の一覧表示画面の一例を示す図である。

【符号の説明】

1 … 顧客装置、2 … 販売店装置

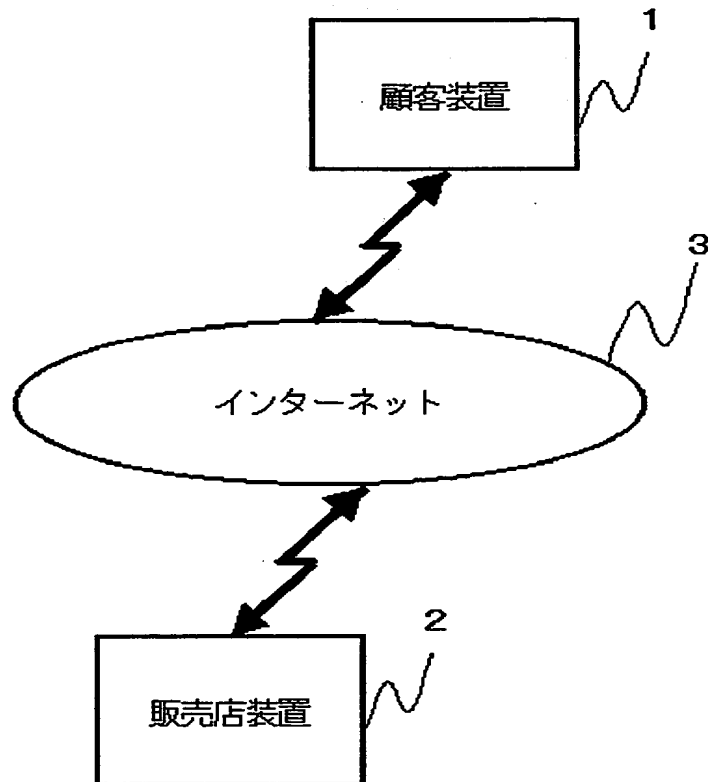
1 1、2 1 … CPU、1 2、2 2 … 主記憶装置

1 3、2 3 … 外部記憶装置

【書類名】 図面

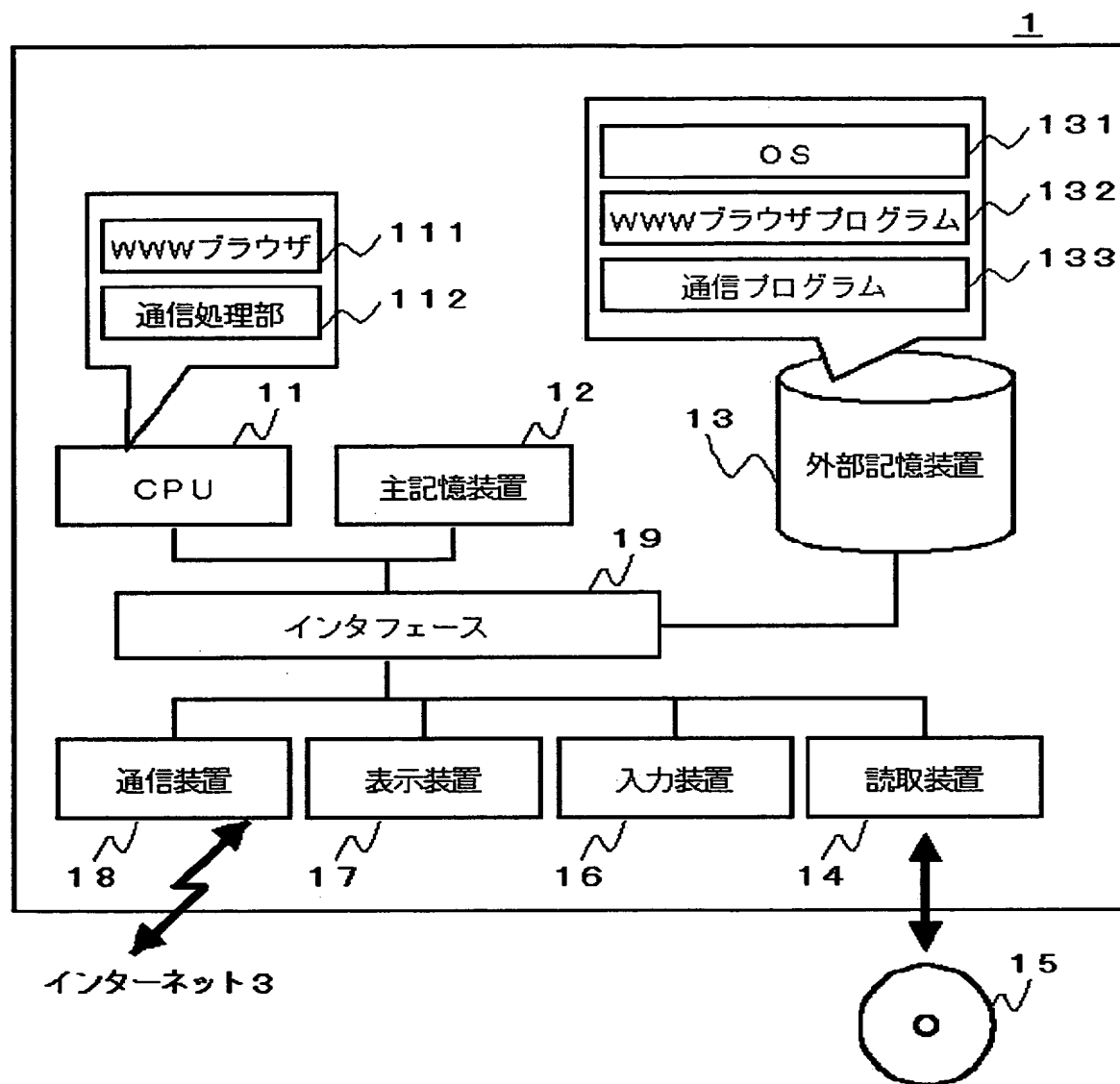
【図 1】

図1



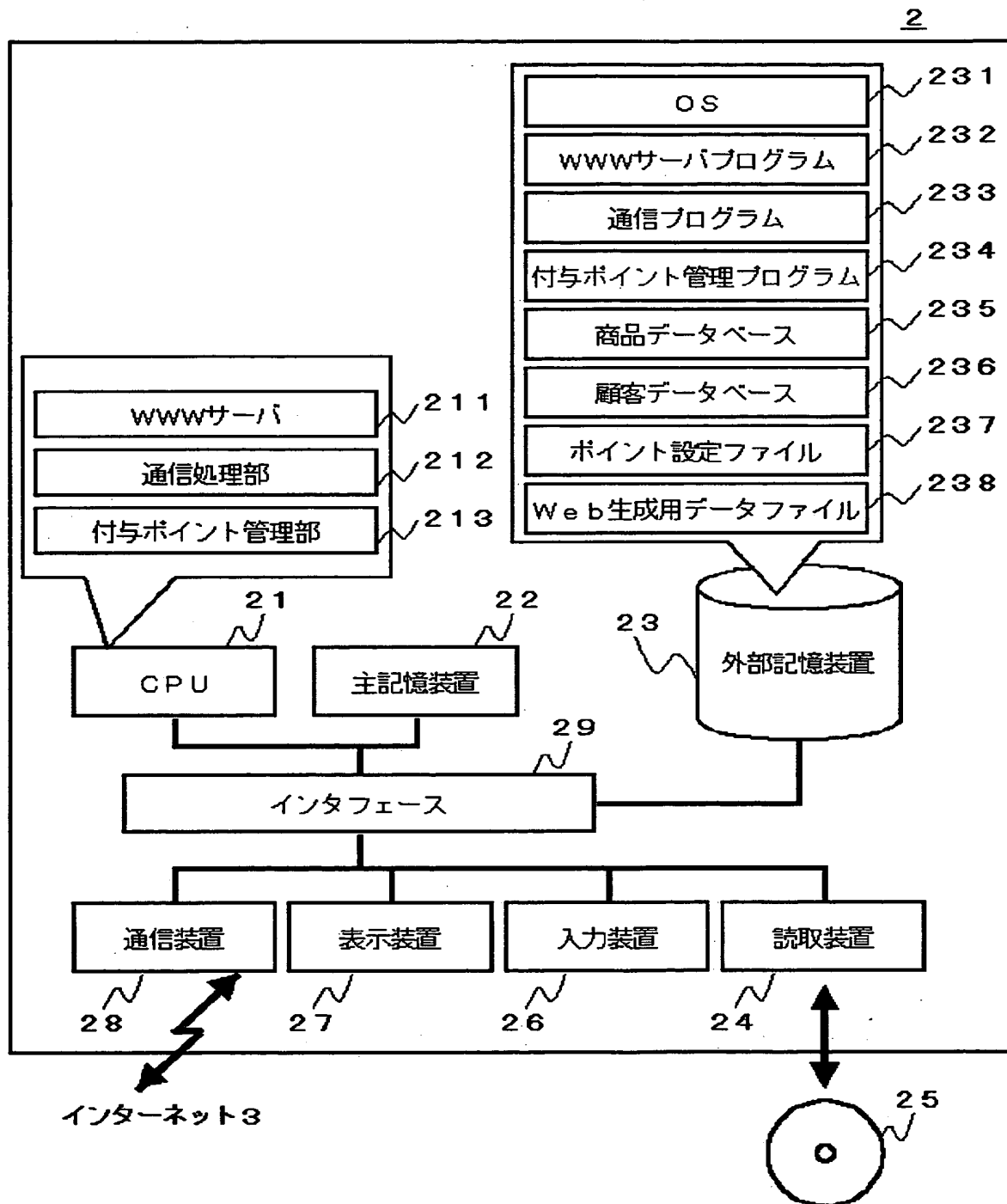
【図2】

図2



【図3】

図3





【図4】

図4

商品データベース

235

商品ID	商品名	販売価格	属性	イメージ
A001	〇〇〇	1,000	家電	...
A002	△〇×	2,000	ゲーム機	...
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮

【図5】

図5

顧客データベース

236

顧客ID	2361
顧客名	2362
電子メールアドレス	2363
商品配送先	2364
決済情報	2365
取得ポイント	2366
購入履歴	2367

【図 6】

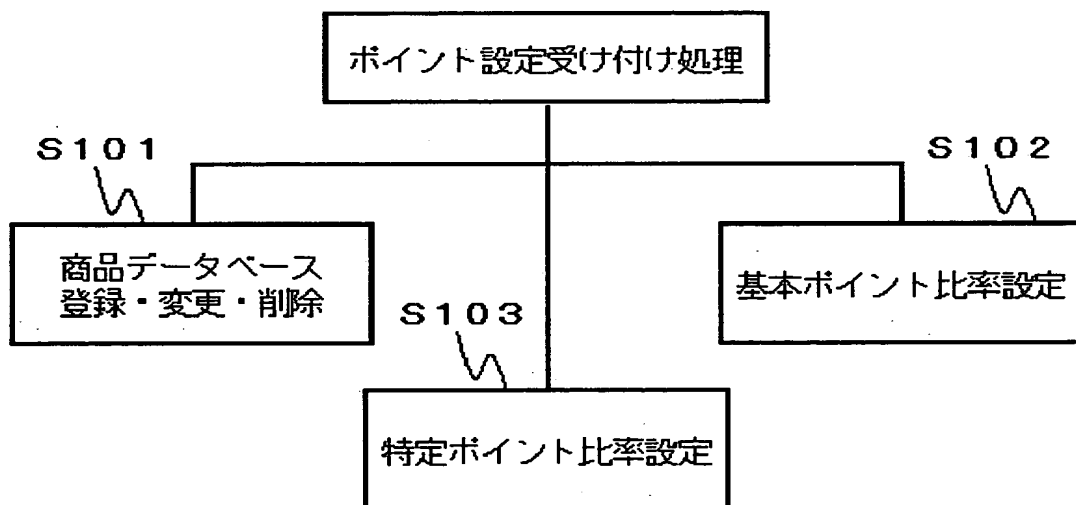
図6

ポイント設定ファイル

	2371	2372	<u>237</u>
	商品 I D		比率 %
237a	(基本ポイント比率)		1 0
237b	A 0 0 1 & A 0 0 5		1 5
237c	A 0 0 2 & A 0 0 8 & B 0 1		1 2
	⋮		⋮

【図 7】

図7



【図 8】

図8

付与ポイント設定画面

基本ポイント比率 10 %

特定ポイント比率

商品ID	比率
A001&A005	15
A002&A008&B01	12

OK

【図9】

図9

特定ポイント比率設定画面

The screenshot shows a software interface for setting specific point ratios. It includes a table with product names and a corresponding ratio column, a text input field for a percentage, and two buttons for navigation.

商品名	
〇〇〇	×
〇△×	
×〇□	×
△〇□	
×〇〇	

特定ポイント比率

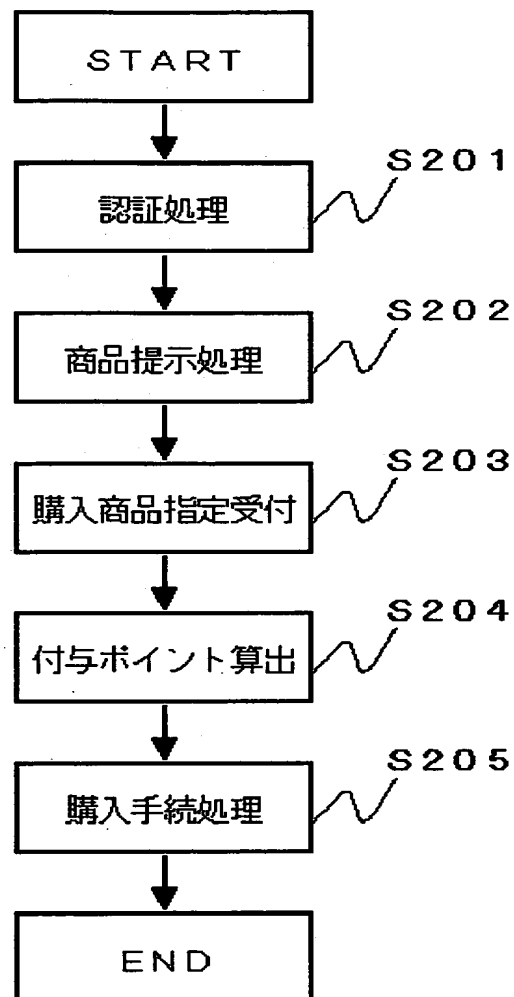
15 %

次設定

終了

【図10】

図10



【図11】

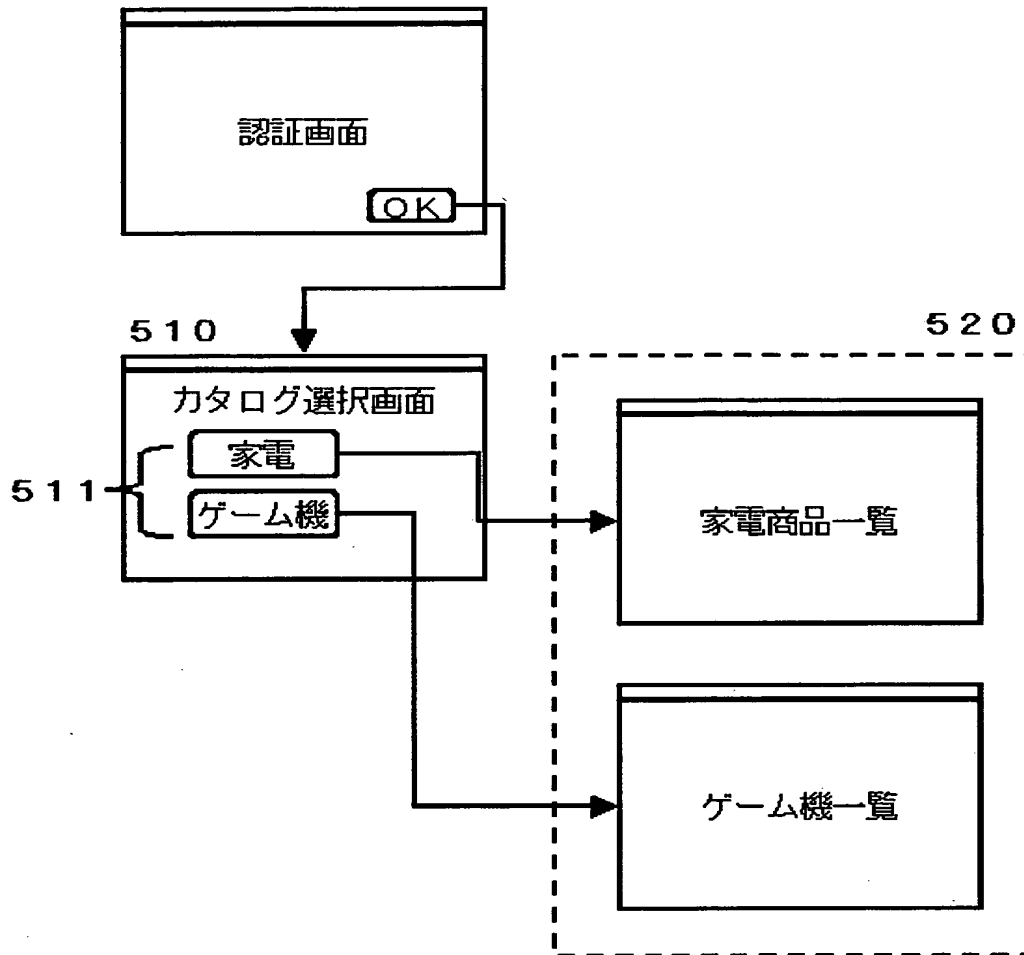
図11

認証画面

The diagram shows a rectangular window representing an authentication screen. At the top, there is a title bar with a small square icon on the left and two small square icons on the right. Inside the window, there are two input fields stacked vertically. The first input field is labeled '顧客ID' (Customer ID) and is followed by a horizontal line for text entry; a wavy line points from the label '501' to this field. The second input field is labeled 'パスワード' (Password) and is also followed by a horizontal line; a wavy line points from the label '502' to this field. At the bottom of the window, there are two buttons. The button on the left is labeled '新規登録' (New Registration) and has a wavy line pointing from the label '504' to it. The button on the right is labeled 'OK' and has a wavy line pointing from the label '503' to it.

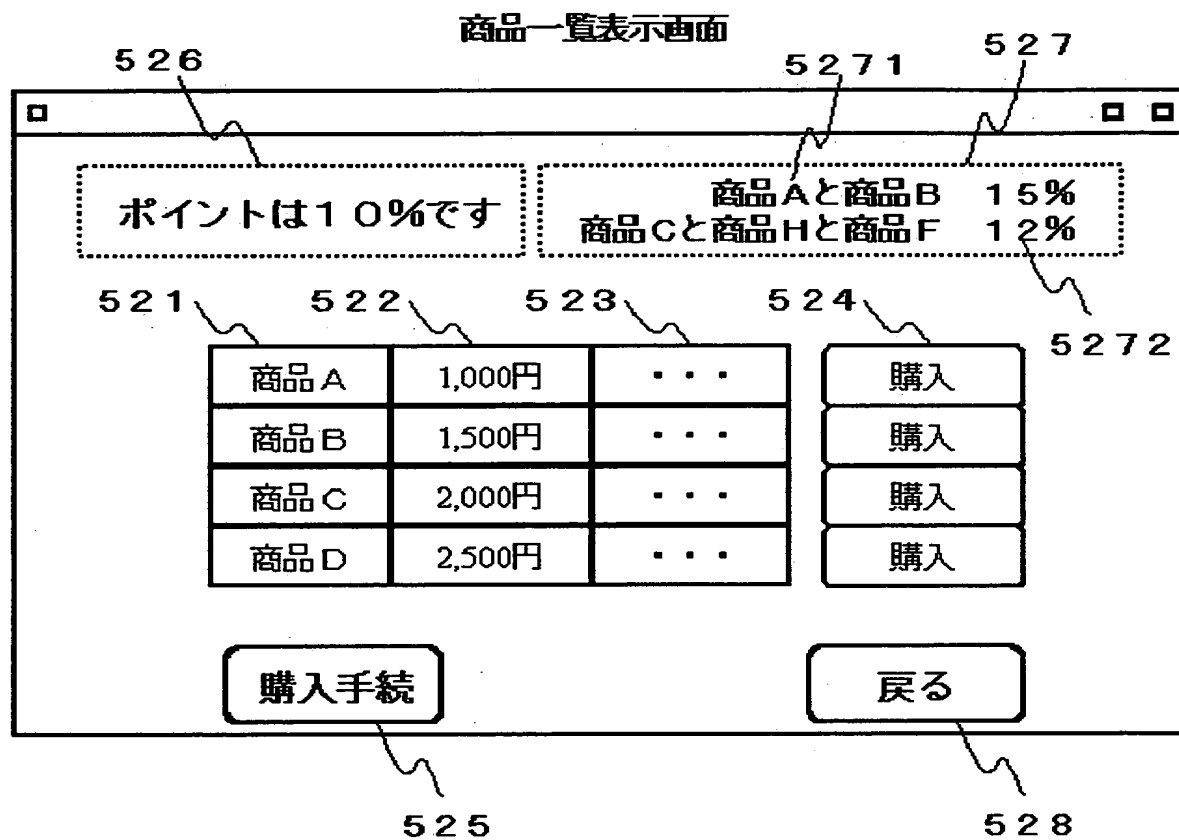
【図 1 2】

図12



【図13】

図13





【図14】

図14

購入手続画面

The screenshot shows a window titled "購入手続画面" (Purchase Procedure Screen). Inside the window:

- 531 購入商品** (Purchased Items): A box containing "商品A" (Item A) and "商品B" (Item B).
- 532 購入金額** (Purchase Amount): The value "2,500円" (2,500 yen).
- 534 配送先** (Delivery Address): A text field with ".....".
- 533 ポイント数** (Points): The value "375".
- 535** (Payment Method Section): A dashed box containing:
  - カード会社 (Card Company): "....."
  - カード番号 (Card Number): "....."
  - 有効期限 (Valid Period): ".../..."
- 536 購入決定** (Purchase Decision): A button at the bottom left.
- 537 戻る** (Return): A button at the bottom right.

【図15】

図15

## ポイント設定ファイル

	3371	3372	3373	3374	337
	商品ID	比率 %	開始日付	終了日付	
337a	(基本ポイント比率)	10			
337b	A001&A005	15	1/15	1/31	
337c	A002&A008&B01	12	1/15	2/10	
	⋮	⋮	⋮	⋮	

【図 1 6】

図16

付与ポイント設定画面

基本ポイント比率

10

%

特定ポイント比率

6022
6023
6024

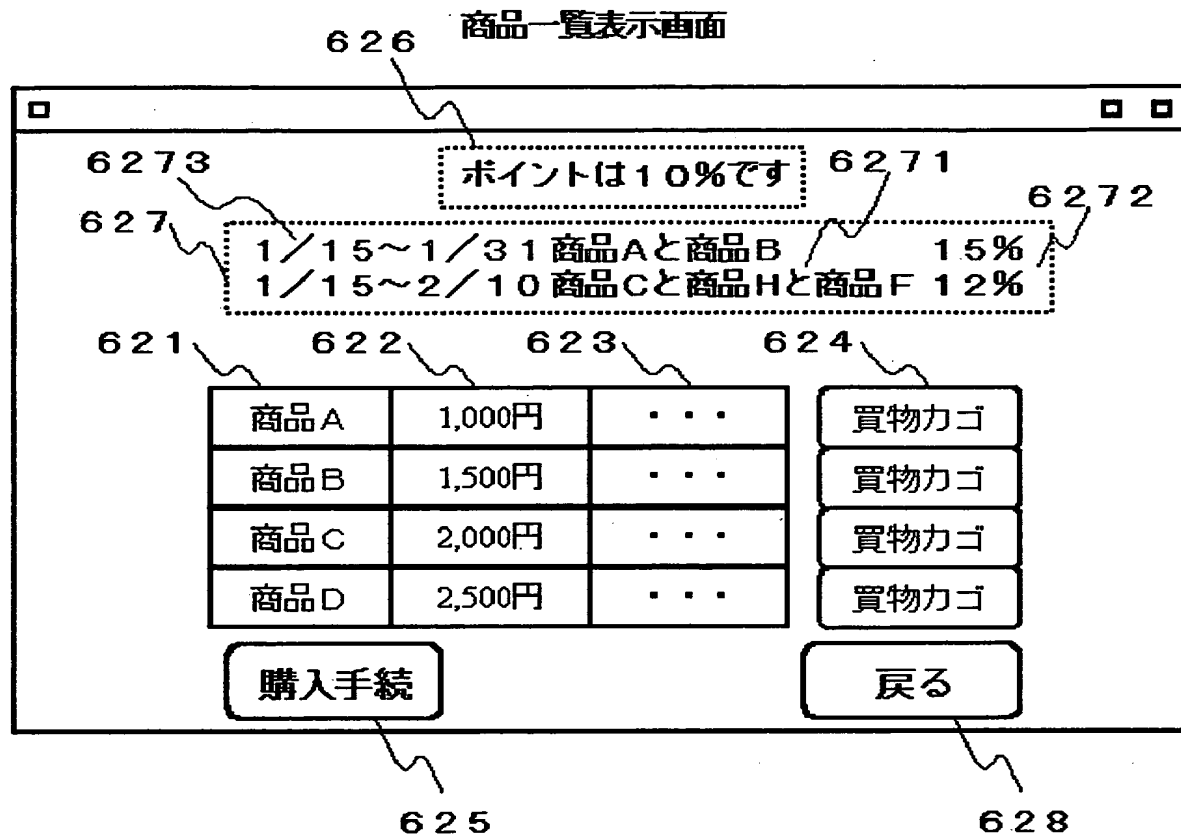
商品ID	比率	開始日付	終了日付
A001&A005	15	1/15	1/31
A002&A008&B01	12	1/15	2/10

OK

603

【図17】

図17



【書類名】 要約書

【要約】

【課題】

オンラインショッピングモールにおけるポイントサービスを活用して、顧客に対して特定商品の購買意欲を喚起する。

【解決手段】

販売店装置 1 は、通常適用するポイント算出法に加え、特定の商品の組合せと、その組合せに適用する個別ポイント算出法を記憶する。注文装置 1 から商品の注文を受け付けると、その商品が特定の商品の組合せであるかどうかを判断し、特定の組合せに関しては、個別ポイント算出法を用いてポイントを算出する。

個別ポイント算出法を、通常のポイント算出法に比べ、顧客にとって有利な条件とすることで、顧客の購買意欲を喚起することができる。

【選択図】 図 1

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [395015319]

1. 変更年月日 1997年 3月31日

[変更理由] 住所変更

住 所 東京都港区赤坂7-1-1

氏 名 株式会社ソニー・コンピュータエンタテインメント